

Company: cyber-Wear Heidelberg GmbH, Mannheim, Baden-Württemberg, Deutschland
Company Description: cyber-Wear ist Europas führende Merchandising-Agentur mit Sitz in Mannheim. Seit 1994 entwickeln wir nachhaltige, innovative Produkte für Top-Marken weltweit. Mit Kreativität, Designanspruch und mehrfach ausgezeichneter Qualität begeistern wir unsere Kunden täglich – von den Anfängen im Keller bis zu internationalen Awards.
Nomination Category: Besondere Unternehmensleistungen
Nomination Sub Category: Besondere Leuchtturm-Projekte
Nomination Title: The Hapticologist – The Center of Seven Senses



1. Beschreiben Sie kurz die nominierte Organisation: ihre Geschichte und ihre bisherige Leistung (bis zu 200 Wörter):

Total 174 words used.

cyber-Wear Heidelberg GmbH ist Europas führende Agentur für Werbemittel, Merchandising und Corporate Fashion – kreativ, international und mit klarem Fokus auf Nachhaltigkeit und Innovation. Gegründet 1994 im elterlichen Keller mit 346 DM Startkapital, hat sich das Unternehmen in drei Jahrzehnten vom Hidden Champion zur treibenden Kraft der Branche entwickelt.

Heute betreut cyber-Wear globale Marken mit maßgeschneiderten Produktwelten, intelligenter Logistik und digitalem Service – von der ersten Idee bis zur Auslieferung in über 100 Länder. Eigene Standorte in Deutschland, Dubai, China, den USA und weiteren Märkten ermöglichen echtes 360°-Branding auf internationalem Niveau.

Besonderes Markenzeichen: der Mut zur Transformation. cyber-Wear setzt konsequent auf nachhaltige Materialien, energieeffiziente Prozesse, moderne Lagerrobotik und kreative Kampagnen, die den Werbeartikel neu denken – als Kulturobjekt, Kommunikationsmittel und Design-Statement.

Das Unternehmen ist aktives Mitglied im UN Global Compact, mehrfach ausgezeichnet für Design und Nachhaltigkeit und Impulsgeber für die Zukunft der Branche – zuletzt mit Projekten wie dem MoPA – Museum of Promotional Articles oder dem Leuchtturmprojekt „The Hapticologist“.

cyber-Wear steht für das, was Marken wirklich brauchen: Ideen, die begeistern. Lösungen, die wirken.

2. Reichen Sie folgende Informationen online ein, um in diesen Kategorien teilzunehmen: Schriftliche Antworten auf die folgenden Fragen ODER ein Video von bis zu fünf (5) Minuten Länge, das alle diese Fragen beantwortet. Bitte wählen Sie eine Möglichkeit aus:

Schriftliche Beantwortung der Fragen

3. Beschreiben Sie die Leistungen der Organisation seit dem 1. Januar 2023, die Sie der Jury vorstellen möchten (bis zu 250 Wörter):

Total 168 words used.

Seit Anfang 2023 hat cyber-Wear neben vielen anderen zwei wegweisende Projekte realisiert, die die Werbemittelbranche neu definiert haben:

Mit dem **Museum of Promotional Articles (MoPA)** hat cyber-Wear das weltweit erste Pop-up-Museum für Werbeartikel geschaffen. Premiere war auf der PSI 2024, Europas größter Branchenmesse. Auf 170 m² bot das immersive Ausstellungskonzept elf interaktive Zeitkapseln von der Antike bis zur Zukunft. Eine eigens entwickelte App mit Geofencing machte das Smartphone zum digitalen Museumsführer. Nach der Premiere ging MoPA auf Tour – u.a. bei der HAPTICA live in Bonn und den Supplier Days in den Niederlanden. Weitere internationale Stationen sind in Planung.

Parallel dazu wurde **The Hapticologist** zum Highlight des OMR-Festivals 2025: ein multisensorisches Marken- und Erlebnisformat, das gemeinsam mit zehn Partnern entwickelt wurde. Die Bar- und Bühneninstallation, Signature Cocktails für die sieben Sinne sowie eine exklusive Produktkollektion machten haptische Werbung zum Erlebnis. Die Masterclass mit Branchen-Größen wie Ulrich Klenke (Telekom) und Olaf G. Hartmann war ein inhaltlicher Höhepunkt.

Beide Projekte zeigen: cyber-Wear denkt Markenkommunikation neu – multisensorisch, kollaborativ, zukunftsorientiert.

4. Wenn Sie ein bis zu fünf (5) Minuten langes Video einreichen, geben Sie bitte hier die URL des Videos ein ODER fügen Sie das Video über den obigen Link "Hinzufügen von Anhängen, Videos oder Links zu diesem Beitrag" Ihrer Nominierung bei, und laden Sie so eine Kopie Ihres Videos hoch.
5. Erklären Sie, warum die Leistungen, die Sie hervorgehoben haben, einzigartig oder bedeutsam sind. Wenn möglich, vergleichen Sie die Leistungen mit den Leistungen anderer Akteure Ihrer Branche und/oder mit der bisherigen Leistung der Organisation (bis zu 250 Wörter):

Total 220 words used.

The Hapticologist ist kein klassischer Messeauftritt – sondern ein kreativer Impuls, ein Leuchtturmprojekt und eine Bewegung für die gesamte Werbeartikelbranche. Mitten im Herzen des OMR-Festivals 2025 schuf cyber-Wear gemeinsam mit zehn führenden Partnern eine multisensorische Erlebniswelt, die eindrucksvoll zeigte, wie haptische Werbung Marken emotional auflädt und im digitalen Zeitalter neue Relevanz gewinnt.

Aus einer mutigen Idee entstand ein Raum, der Menschen, Marken und Emotionen verbindet: eine Bar, eine Bühne, ein Begegnungsort im Urban-Jungle-Style. Neonlicht traf auf Pflanzeninstallationen, DJ-Sound auf Signature Cocktails, komponiert für alle sieben Sinne. Hier wurde nicht präsentiert, sondern erlebt, gefühlt, geschmeckt und gedacht.

The Hapticologist war ein kollaboratives Projekt auf Augenhöhe. Acht Hersteller und drei Agenturen vereinten ihre Expertise und traten als starkes Team auf – statt als Wettbewerber. Gemeinsam setzten sie ein Statement für Kreativität, Innovationskraft und Gemeinschaftssinn in der Branche.

Ein Highlight war die überbuchte Masterclass „More Sense for Stronger Brands“ mit Olaf G. Hartmann, Telekom-CMO Ulrich Klenke, Sören Zinner (Schaeffler Motorsport) und CEO Steven Baumgärtner. Sie zeigte eindrucksvoll, wie Haptik als emotionales Bindeglied zwischen Marke und Mensch wirkt.

Parallel präsentierte die **Hapticologist Collection** Werbeartikel als Markenbotschafter mit Funktion, Stil und Substanz – nachhaltig, durchdacht, emotional aufgeladen.

Was bleibt: ein neues Verständnis von Markenkommunikation, zahlreiche neue Partnerschaften und ein Momentum, das erst am Anfang steht. **The Hapticologist** ist der Auftakt zu einer neuen, fühlbaren Markenwelt.

6. Optional: Verweisen Sie auf alle Anhänge mit Zusatzmaterialien in dieser Nominierung und erklären Sie, wie diese Ihre Aussagen, die Sie in der Beantwortung der vorangegangenen Fragen getroffen haben, unterstützen (bis zu 250 Wörter).

Total 28 words used.

Unter den beigefügten Links finden Sie unsere Website, Microsite, Social Media Kanäle und eine umfangreiche Bildergalerie zum Messestand mit Bar und Kollektion, der Masterclass und der Guided Tour.

Attachments/Videos/Links:

[REDACTED FOR PUBLICATION]